

ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА МЕТОДАМИ КОНКУРЕНТНОЇ РОЗВІДКИ

©2018 БОЖКО Ю. О.

УДК 339.137.22

Божко Ю. О. Оцінювання конкурентоспроможності підприємства методами конкурентної розвідки

Використання методів конкурентної розвідки в оцінці зовнішнього та внутрішнього середовища діяльності підприємств машинобудування дало змогу визначити конкурентні переваги кожного з них, оцінити можливості та пріоритетні напрямки подальшого розвитку. Здійснений аналіз констатує можливість проведення конкурентної розвідки на основі інформації, яка міститься в мережі Інтернет. Крім цього, проведений аналіз дає змогу запропонувати методологічні підходи до оцінки діяльності конкурентів та бізнес-середовища функціонування підприємства.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, оцінювання, аналіз, методологічні підходи, конкурентна розвідка.

Табл.: 4. **Бібл.:** 10.

Божко Юлія Олександрівна – аспірантка кафедри митної справи та оподаткування, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, Харків, 61166, Україна)

УДК 339.137.22

Божко Ю. А. Оценка конкурентоспособности предприятия методами конкурентной разведки

Использование методов конкурентной разведки в оценке внешней и внутренней среды деятельности предприятий машиностроения позволило определить конкурентные преимущества каждого из них, оценить возможности и приоритетные направления дальнейшего развития. Осуществленный анализ констатирует возможность проведения конкурентной разведки на основе информации, содержащейся в сети Интернет. Кроме этого, проведенный анализ позволяет предложить методологические подходы к оценке деятельности конкурентов и бизнес-среды функционирования предприятия.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, оценка, анализ, методологические подходы, конкурентная разведка.

Табл.: 4. **Библ.:** 10.

Божко Юлия Александровна – аспирантка кафедры таможенного дела и налогообложения, Харьковский национальный экономический университет им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, Харьков, 61166, Украина)

UDC 339.137.22

Bozhko Yu. O. Assessing the Competitiveness of Enterprise by the Methods of Competitive Intelligence

The use of competitive intelligence methods in assessing the external and internal environment of enterprises of mechanical engineering enabled to determine the competitive advantages of each of them, to evaluate the possibilities and priority directions of further development. The carried out analysis shows the possibility of conducting competitive intelligence on the basis of the information contained on the Internet. In addition, the carried out analysis provides an opportunity to propose methodological approaches to assessing the activities of competitors and the business environment of the operation of the enterprise.

Keywords: competition, competitiveness, evaluation, analysis, methodological approaches, competitive intelligence.

Tbl.: 4. **Bibl.:** 10.

Bozhko Yuliia O. – Postgraduate Student, Department of Custom and Taxation, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine)

Сьогодні як ніколи актуальним є вміння передбачати ринкові зміни і відповідним чином до них адаптуватися. Уже навряд чи можна говорити про забезпечення ефективної життєдіяльності компанії без акумулювання коштів і ресурсів на передбачення несподіваних ситуацій, на ідентифікування зовнішніх ризиків і прийняття відповідних управлінських рішень. Не випадково конкурентна розвідка все масштабніше й активніше позиціонується в маркетинговому середовищі. За оцінками західних експертів, витрати на конкурентну розвідку в даний час складають в середньому 1,5% обороту транснаціональних корпорацій. Що стосується сфери машинобудування, то підприємства даної галузі вимушені функціонувати в доволі складних умовах, що пов'язано переважно з низьким рівнем конкурентоспроможності вітчизняної продукції, низькими квотами на поставку основної експортної продукції тощо. З огляду на це, для підвищення економічної безпеки машинобудівних підприємств слід впроваджувати в їх діяльність передовий досвід успішних компаній, аналіз якого є базовим завданням конкурентної розвідки.

Основою наукового пошуку у сфері конкурентної розвідки підприємства стали роботи видатних вітчизняних науковців, таких як: Андріанова І. К., Анненков Р. А., Баяндин Н. І., Белова Т. Г., Борисов Н. І., Голота В. В., Горшкова Л. А., Жарков Я. М., Живко З. Б., Заболотний В. І., Кіщенко І. І., Кощенко К. В., Назаров Н. К., Ортинський В. А., Пелешцицин О. П., Романенко О. О., Романчик Т. В., Чвертко Л. А., Черкашина М. В., Черниш Ю. О., Чернопятков А. М. та інші. Аналіз наукових напрацювань дозволив зробити висновок, що питання розроблення аналітичного інструментарію конкурентної розвідки підприємства залишаються недостатньо розробленими.

Метою статті є подальший розвиток теоретичних положень, методичних підходів та розроблення аналітичного інструментарію конкурентної розвідки підприємства.

Оцінювання конкурентоспроможності підприємств методами конкурентної розвідки було проведено на основі аналізу інформації таких підприємств: ДП «Завод «Електроважмаш», «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе» (ПАТ «ХТЗ ім. С. Ор-

джонікідзе»), Харківський електротехнічний завод «Укрелектромаш» (ПАТ «ХЕЛЗ «Укрелектромаш»), ПАТ «Електромашина» та ПрАТ «ХЕМЗ-ІРЕС».

У табл. 1 відображено динаміку частки реалізованої продукції підприємств машинобудування України у 2013–2017 рр.

Частка на ринку досліджуваних підприємств має динаміку до скорочення.

Варто також визначити частку на ринку підприємств машинобудування відповідно до їх спеціалізації та коду КВЕД, адже машинобудівна промисловість містить ряд сегментів.

У табл. 2 відображено частку продажів на ринку підприємств машинобудування у 2013–2017 рр. відповідно до їх спеціалізації та коду КВЕД [1–3].

Отже, динаміка частки на ринку в розрізі різних секторів машинобудування має тенденцію до скорочення, а це означає зниження рівня конкурентоспроможності продукції досліджуваних підприємств.

Для визначення рівня конкурентоспроможності було проведено моніторинг соціальних мереж і визначено основні показники, які характеризують конкурентоспроможність обраних підприємств, а саме: активність у соціальних мережах, витрати на дослідження та розробки, наявність патентів, наявність нових видів продукції, витрати на оплату праці, енергоефективність продукції, інноваційність продукції, екологічність продукції, забезпеченість технічни-

ми спеціалістами та інженерами, соціальна відповідальність, участь у виставках і форумах, співпраця з міжнародними компаніями та розробка спільних інноваційних проектів, нематеріальні активи. Саме ці показники обрані через доступність інформації для їх оцінки, вони характеризують найбільш важливі напрямки діяльності підприємств: інноваційну, соціальну, екологічну, фінансову, науково-технічну, кадрову та маркетингову, які дають змогу оцінити загальний рівень конкурентоспроможності підприємств методами конкурентної розвідки.

У табл. 3 відображено моніторинг активності підприємств машинобудування в соціальних мережах [4].

Таким чином, загалом можемо зробити висновок про недостатній рівень активності підприємств машинобудівної промисловості в соціальних мережах. Тематика публікацій у соціальних мережах стосується таких основних аспектів діяльності:

- ✦ соціальні заходи та соціальна відповідальність перед працівниками;
- ✦ нові види продукції та їх ключові переваги, особливості;
- ✦ участь у форумах і виставках;
- ✦ розміщення відеоматеріалу роботи машин, тракторів, устаткування тощо;
- ✦ навчання та нагородження персоналу;

Таблиця 1

Динаміка частки реалізованої продукції підприємств машинобудування України у 2013–2017 рр., %

Назва підприємства	Рік					Абсолютне відхилення, +/-
	2013	2014	2015	2016	2017	
ДП «Завод «Електроважмаш»	1,94	1,83	1,65	1,17	0,60	-1,33
ПАТ «ХТЗ ім. С. Орджонікідзе»	0,48	0,66	0,45	0,17	0,43	-0,05
ПАТ «ХЕЛЗ «Укрелектромаш»	0,03	0,03	0,04	0,03	0,03	0,00
ПАТ «Електромашина»	0,13	0,16	0,12	0,12	0,13	0,00
ПрАТ «ХЕМЗ-ІРЕС»	0,00	0,00	0,00	0,02	0,02	0,02

Джерело: розраховано автором.

Таблиця 2

Динаміка частки продажів на ринку підприємств машинобудування у 2013–2017 рр. відповідно до їх спеціалізації та коду КВЕД, %

Назва підприємства	Код КВЕД	Рік					Абсолютне відхилення, +/-
		2013	2014	2015	2016	2017	
ДП «Завод «Електроважмаш»	27.11	10,10	8,88	7,89	5,79	3,07	-7,04
ПАТ «ХТЗ ім. С. Орджонікідзе»	28.30	1,56	2,01	1,22	0,44	1,20	-0,36
ПАТ «ХЕЛЗ «Укрелектромаш»	27.11, 28.13	0,12	0,09	0,12	0,10	0,09	-0,03
ПАТ «Електромашина»	27.11	0,70	0,79	0,58	0,61	0,66	-0,04
ПрАТ «ХЕМЗ-ІРЕС»	27.11	0,02	0,00	0,02	0,09	0,11	0,09

Джерело: розраховано автором.

Моніторинг активності підприємств машинобудування в соціальних мережах

Назва підприємства	Присутність у соціальних мережах	Кількість новин, публікацій	Основні теми публікацій
ДП «Завод «Електро-важмаш»	Facebook, Instagram, Twitter	58 публікацій на сторінці Instagram, 183 підписники, 276 публікацій-новин у мережі Twitter, 765 користувачів стежать за публікаціями	Висвітлення діяльності щодо виробництва продукції, споживачів, ключових дат, технологічних можливостей та ділових зустрічей, діяльності дослідного центру, дослідно-конструкторської роботи, співпраці з технологічними парками для реалізації спільних проектів тощо
ПАТ «ХТЗ ім. С. Орджонікідзе»	Facebook, Youtube та Instagram	888 користувачів підписані на канал підприємства в мережі Youtube, близько 100 000 переглядів відеороликів щодо особливостей продукції, 22 відеоролики, які відображають особливості та переваги машин	Висвітлення новин щодо тестування продукції, опису продукції та її технічних характеристик, розміщення відеоматеріалу щодо роботи машин підприємства, участі у виставках, навчання менеджерів дилерських центрів, участі у форумах тощо
ПАТ «ХЕЛЗ «Укрелектромаш»	Facebook, Однокласник, ВК		Інформація щодо продукції компанії та висвітлення діяльності у ЗМІ, опис особливостей та якостей продукції підприємства, діяльності та виробничих можливостей компанії тощо
ПАТ «Електромашина»	Facebook	9 користувачів слідкують за новинами, 11 публікацій з дати реєстрації	Новини стосуються соціальної активності, нагородження працівників, особливостей нових видів продукції
ПрАТ «ХЕМЗ-ІПЕС»	Facebook	345 користувачів слідкують за новинами, 132 публікації з дати реєстрації	Новини стосуються нових видів продукції, ключових характеристик продукції, пошук нових ринків збуту, виробничих можливостей, соціальних заходів компанії, діяльності конструкторського бюро тощо

Джерело: авторська розробка.

- ✦ пошук нових ринків збуту, співпраця з іноземними партнерами, реалізація проектів;
- ✦ висвітлення результатів діяльності.

У табл. 4 відображено основні характеристики конкурентоспроможності підприємств машинобудування станом на 2018 р. (за даними соціальних мереж та офіційних сайтів компаній, фінансової звітності та інформації ЗМІ).

Кожен обраний показник конкурентоспроможності було оцінено від 0 до 5 балів за такими критеріями:

1. *Активність у соціальних мережах*: 0 – дуже низький рівень активності (не має сторінки в жодній із соціальних мереж); 1 – низький рівень (створені сторінки не містять корисної інформації щодо діяльності підприємства, видів продукції, інноваційних рішень, участі у виставках і форумах, співпраці, соці-

альної активності підприємства, спільних проектів з міжнародними компаніями тощо, створені сторінки є формальністю, фактично не містять публікацій та новин за останні 2 роки діяльності); 2–3 – середній рівень активності (на створених сторінках з періодичністю 1 раз у квартал публікуються новини щодо діяльності, які не містять деталізованої інформації щодо видів продукції, активності компанії, пошуків нових ринків збуту, співпраці, інноваційності, екологічності продукції тощо); 4 – достатній рівень активності (на створених сторінках у 3–4 соціальних мережах доволі часто публікуються інформативні новини та публікації (твіти тощо), які містять якісний контент, що стосується видів продукції, основних етапів розвитку, співпраці з різними підприємствами та споживачами продукції тощо); 5 – високий рівень активності в соціальних мережах (підприємство має

Основні характеристики конкурентоспроможності підприємств машинобудування станом на 2018 р.

Характеристика	Підприємство				
	ДП завод «Електроважмаш»	ПАТ «ХТЗ ім. С. Орджонікідзе»	ПАТ «ХЕЛЗ «Укрелектромаш»	ПАТ «Електромашина»	ПрАТ «ХЕМЗ-ІРЕС»
Активність у соціальних мережах	4,2	2,9	1,5	4,4	2,4
Витрати на дослідження та розробки	1,7	1,6	0,5	2,3	3,2
Наявність патентів	1,5	0,9	4,5	2,5	3,9
Наявність нових видів продукції	2,0	2,5	4,5	2,6	3,8
Витрати на оплату праці	3,2	2,5	2,1	2,7	3,4
Енергоефективність продукції	1,6	0,5	3,0	1,2	3,8
Інноваційність продукції	4,2	1,0	3,7	2,3	3,4
Екологічність продукції	2,1	0,5	2,5	0,7	3,2
Забезпеченість технічними спеціалістами та інженерами	3,5	1,7	2,1	1,7	2,9
Соціальна відповідальність	3,7	3,7	3,2	4,0	4,1
Участь у виставках та форумах	4,5	4,2	4,4	3,9	3,7
Співпраця з міжнародними компаніями та розробка спільних інноваційних проектів	4,5	3,3	3,4	0,9	1,9
Нематеріальні активи	3,7	1,5	3,7	1,3	2,4
Інтегральна оцінка	40,4	26,8	39,1	30,5	42,1

Джерело: розраховано автором.

створені сторінки в усіх відомих в Україні соціальних мережах, публікує пости різними мовами, розміщує інформацію щодо нових ринків збуту, основних партнерів та споживачів продукції, особливостей і нових видів продукції, інноваційності, екологічності та енергоефективності продукції, висвітлює соціальні заходи та активність, основні події компанії тощо).

2. *Витрати на дослідження та розробки*: 0 – відсутні витрати; 5 – витрати становлять суттєву частку в загальній структурі витрат підприємства, що відображено у фінансовій звітності.

3. *Наявність патентів*: 0 – протягом останніх п'яти років діяльності підприємство не запатентувало нові види продукції; 5 – протягом останніх п'яти років підприємство щороку здійснює розробку нових видів продукції або вдосконалює існуючі види, про що інформує зацікавлені сторони шляхом висвітлення інформації в соціальних мережах, ЗМІ, на офіційному сайті тощо.

4. *Наявність нових видів продукції*: 0 – протягом останніх трьох років підприємство не здійснило випуск нового виду продукції, не розширювало асортимент, у тому числі за рахунок вдосконалення існуючих видів продукції; 5 – протягом останніх трьох років підприємство здійснювало вдосконалення існуючих видів продукції з частотою 1 раз у квартал шляхом забезпечення енергоефективності, інноваційності, екологічності продукції тощо.

5. *Витрати на оплату праці*: 0 – протягом останніх п'яти років витрати на оплату праці суттєво скоротилися; 5 – протягом останніх п'яти років витрати на оплату праці зростають за рахунок збільшення оплати праці технічних працівників, інженерів, спеціалістів та іншого персоналу, що забезпечує зростання конкурентоспроможності продукції.

6. *Енергоефективність продукції*: 0 – нові види продукції не характеризуються енергоефективністю, існуючі види продукції не були вдосконалені з цією метою; 5 – постійно покращується енергоефективність існуючої продукції, а нові види дають змогу споживачам заощаджувати на витратах на електроенергію.

7. *Інноваційність продукції*: 0 – протягом останніх трьох років діяльності підприємство не забезпечило розширення/скорочення асортименту, оновлення асортименту продукції шляхом випуску інноваційної продукції, яка характеризується енергоефективністю, екологічністю, безпечністю, тощо; 5 – підприємство постійно вдосконалює продукцію, винаходить нові види продукції, які характеризуються

ються більшими рівнем енергоефективності, екологічності, оригінальністю, зростанням попиту на них серед споживачів, відповідністю європейським стандартам тощо.

8. *Екологічність продукції*: 0 – протягом останніх трьох років діяльності підприємство не забезпечило зростання екологічності продукції; 5 – підприємство постійно працює над удосконаленням продукції, забезпечуючи скорочення негативного впливу роботи обладнання на навколишнє середовище.

9. *Забезпеченість технічними спеціалістами та інженерами*: 0 – не забезпечене, існує постійна нагальна потреба та пошук технічних спеціалістів, науковців, інженерів; 5 – повністю забезпечене, певна частка технічних спеціалістів та інженерів працює на підприємстві понад 10 років.

10. *Соціальна відповідальність*: 0 – підприємство не проводить жодних соціальних заходів, не забезпечує соціальних гарантій працівникам тощо; 5 – підприємство постійно проводить соціальні заходи та виділяє кошти на соціальну активність.

11. *Участь у виставках і форумах*: 0 – підприємство за останній рік не брало участі в жодній виставці, форумі тощо; 5 – підприємство за останній рік систематично бере участь та є організатором, партнером, донором виставок, форумів та інших заходів у межах власної PR-кампанії.

12. *Співпраця з міжнародними компаніями та розробка спільних інноваційних проектів*: 0 – співпраця не налагоджена, 5 – підприємство постійно здійснює пошук іноземних партнерів для реалізації нових спільних проектів з удосконалення технології виробництва, освоєння нових видів продукції та інноваційної діяльності тощо, вдосконалює та покращує зв'язки з постійними донорами, інвесторами та партнерами тощо.

13. *Нематеріальні активи*: 0 – підприємство протягом останніх п'яти років не здійснювало впровадження та придбання нематеріальних активів, програмного забезпечення, інформаційних систем, систем управління якістю тощо для забезпечення зростання конкурентоспроможності та покращення бізнес-процесів; 5 – підприємство протягом останніх п'яти років здійснює активне оновлення, придбання зазначених нематеріальних активів.

Сьогодні провідною складовою забезпечення конкурентоспроможності підприємства виступає інноваційна діяльність. Машинобудівна промисловість та досліджувані підприємства не можуть забезпечити самофінансування цього виду діяльності, відсутня також фінансова підтримка з боку держави та пільгові умови ведення діяльності. Як наслідок, науково-технологічна складова діяльності машинобудівних підприємств залишається на низькому рівні, зокрема через такі причини:

- ✦ відсутність розуміння та впровадження промислової стратегії розвитку, тоді як у всьому світі основою діяльності машинобудівних підприємств виступають інновації та створення нових продуктів;
- ✦ відсутність капіталізації знань, університетської та академічної науки;
- ✦ на провідних машинобудівних підприємствах перевагу надають нематеріальній сфері, тобто переважає фінансування в людські ресурси, дослідження, розробки, програмне забезпечення тощо;
- ✦ відсутність субсидювання інновації з боку самих підприємств;
- ✦ відсутня достатня кількість патентів, досліджень та розробок;
- ✦ відсутня вертикаль управління інноваціями, держава не забезпечує генерування інновацій, відповідно бізнес не може забезпечити їх фінансування;
- ✦ відсутня галузева наука, переважає «заводська» наука, тобто відсутні новітні технології. Відбувається трансфер технологій з провідних країн Європи. Фундаментальна наука створює технології, які не здатні забезпечити інноваційність підприємств машинобудування, як наслідок – вони не користуються попитом у реальному секторі економіки [5, с. 102];
- ✦ відсутня матеріальна та моральна мотивація залучення, розвитку науковців, технічних спеціалістів, інженерів та інших фахівців у діяльність машинобудівних підприємств, що негативно позначається на інноваційності їх діяльності та розвитку в цілому.

Для забезпечення виходу з такою ситуації потрібно створити нове зовнішнє середовище для просування інновацій та створення «інноваційних» фахівців, достатній рівень їх матеріально-моральної мотивації, які будуть здатні забезпечити синергію діяльності бізнесу, влади та науки [10].

Отже, збір та обробка інформації з офіційних сайтів підприємств машинобудування, сторінок у соціальних мережах, фінансової звітності дали змогу виявити ряд характерних особливостей підприємств.

Провідним напрямком діяльності є інноваційна, яка передбачає розвиток та функціонування конструкторського бюро, основними напрямками діяльності якого є: модернізація і розширення наявного асортименту продукції; розробка загальнопромислових і спеціальних машин, устаткування, обладнання, науково-технічних винаходів нових видів технічно досконалих конструкцій машин; авторський супровід, доведення та випробування дослідних зразків нових виробів на стендах і в експлуатації; конструктивний супровід серійного виробництва; проведення

повних періодичних і типових випробувань серійної та нової продукції; розробка проектної документації за технічними вимогами замовника; випробування продукції, машин та устаткування на замовлення клієнтів тощо [6, с. 98].

Недостатній рівень забезпеченості науково-технічними персоналом, середній вік якого становить понад 40 років, зумовлює нагальну потребу підприємств у залученні молодих фахівців в інноваційну діяльність, яка повинна забезпечити конкурентоспроможність підприємства, освоєння нових видів продукції [7, с. 74].

Недостатній рівень самофінансування та залучення позикових коштів, коштів інвесторів, низький рівень державної підтримки та нестача компенсації на дослідні роботи підприємств, оновлення основних засобів, нематеріальних активів тощо.

Низький рівень обізнаності та використання нематеріальних активів у роботі конструкторських бюро, що значно ускладнює випробувальні роботи, дослідження науково-технічного персоналу через нестачу фінансування [8, с. 266].

Низький рівень активності в соціальних мережах, які на сьогодні стають все більш популярним інструментом Інтернет-маркетингу, електронної комерції та просування й популяризації нових видів продукції.

Високий рівень залежності від політичної та макроекономічної ситуації в Україні, вплив валютного, кредитного, процентного ризиків та ризику ліквідності через суттєвий рівень дебіторської заборгованості на розвиток діяльності машинобудівних підприємств [9]. Адже при спаді економіки, сповільненні темпів економічного зростання відразу спостерігається скорочення прибутковості, як наслідок – відбувається недофінансування основних важливих напрямків розвитку, а саме: витрат на оплату праці, недофінансування дослідних робіт, інноваційної діяльності, скорочення операційних витрат й обсягів продажу тощо.

З огляду на вищезазначене ДП «Завод «Електроважмаш» характеризується високим рівнем конкурентоспроможності завдяки забезпеченості технічними спеціалістами та інженерами, оновленню та придбанню нематеріальних активів, соціальній відповідальності, активності в соціальних мережах, інноваційності продукції, співпраці з міжнародними компаніями та розробці спільних інноваційних проектів й активній участі у виставках та форумах.

Для ПАТ «ХЕЛЗ «Укрелектромаш» характерний дещо нижчий рівень конкурентоспроможності, та все ж підприємство, завдяки таким показникам, як співпраця з міжнародними компаніями та розробка спільних інноваційних проектів оновлення та придбання нематеріальних активів, інноваційність

продукції, активна участь у виставках і форумах, наявність патентів та нових видів продукції, забезпечує розвиток власної діяльності.

ПАТ «Електромашина» характеризується значно нижчим рівнем конкурентоспроможності порівняно із зазначеними вище підприємствами. Конкурентні переваги підприємства, перш за все, відображені в таких ключових показниках, як активна участь у виставках і форумах, соціальна відповідальність та активність у соціальних мережах. Проте ці показники є другорядними, тоді як інноваційність продукції, екологічність, надійність, енергоефективність потребують постійного вдосконалення.

Найнижчий рівень конкурентоспроможності у ПАТ «ХТЗ ім. С. Орджонікідзе». Сильними сторонами підприємства є співпраця з міжнародними компаніями та розробка спільних інноваційних проектів, соціальна відповідальність та активна участь у виставках і форумах.

ВИСНОВКИ

Оцінювання конкурентоспроможності підприємств свідчить про ряд спільних проблем для всіх підприємств машинобудівної промисловості України. Зокрема, нагальними проблемами виступають: нестача фінансування; пасивність у використанні сучасного програмного забезпечення; недостатній рівень забезпечення науково-технічними кадрами; знос нематеріальних активів; низький рівень активності в соціальних мережах; пасивність у пошуку нових інвесторів; налагодження співпраці з міжнародними компаніями з метою реалізації інноваційних проектів та інші.

Використання методів конкурентної розвідки в оцінці зовнішнього та внутрішнього середовища діяльності підприємств машинобудування дало змогу визначити конкурентні переваги кожного з них, оцінити можливості та пріоритетні напрямки подальшого розвитку. Проведений аналіз констатує можливість проведення конкурентної розвідки на основі інформації, яка міститься в мережі Інтернет. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Офіційний сайт ПАТ «Електромашина». URL: <http://electromashina.com.ua/>
2. Офіційний сайт ПАТ «ХЕЛЗ «Укрелектромаш». URL: <http://helz.ua/>
3. Офіційний сайт ПАТ «ХТЗ ім. С. Орджонікідзе». URL: <http://xtz.ua/ua/>
4. Звітність ДП «Завод «Електроважмаш». URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=588af3f6-e701-45c2-a588-82934cc4edeb&title=DerzhavnePidprimstvoZavod-elektrovazhmash->
5. Деревянко А. С., Солощук М. Н. Технологии и средства консолидации информации. Харьков : НТУ «ХПИ», 2008. 432 с.

6. Немцов В. Д., Довгань Л. Є. Стратегічний менеджмент. Київ : ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2001. 560 с.

7. Кіщенко І. І. Основні напрями вивчення та впровадження міжнародного досвіду з організації економічної безпеки підприємств // Управління фінансово-економічною безпекою: інформаційно-аналітичне забезпечення та конкурентна розвідка : матеріали конференції. 2013. URL: <http://eprints.kname.edu.ua/38606/1/76-79%281%29.pdf>

8. Караєва Н. В., Войтко С. В., Сорокіна Л. В. Ризик-менеджмент сталого розвитку енергетики: інформаційна підтримка прийняття рішень : навч. посіб. Київ : Альфа Реклама, 2013. 308 с.

9. Назаров Н. К., Чжан Х. Ю. Аналіз стану кадрової безпеки та лояльності персоналу промислових підприємств. *Проблеми економіки*. 2015. № 3. С. 149– 155.

10. Андрій Коваль: правильна організація процесу виробництва – це 80% результату. URL; <http://xtz.ua/ua/news/17.html>

Науковий керівник – Москаленко Н. О., кандидат економічних наук, доцент кафедри митної справи та оподаткування Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця

REFERENCES

“Andrii Koval: pravylna orhanizatsiia protsesu vyrobnytstva - tse 80% rezultatu” [Andrey Koval: the correct organization of the production process is 80% of the result]. <http://xtz.ua/ua/news/17.html>

Derevyanko, A. S., and Soloshchuk, M. N. *Tekhnologii i sredstva konsolidatsii informatsii* [Technologies and means of information consolidation]. Kharkiv: NTU «KhPI», 2008.

Karaieva, N. V., Voitko, S. V., and Sorokina, L. V. *Ryzyk-menedzhment staloho rozvytku enerhetyky: informatsiina pidtrymka pryiniattia rishen* [Risk management of sustainable energy development: information support of decision-making]. Kyiv: Alfa Reklama, 2013.

Kishchenko, I. I. “Osnovni napriamy vyvchennia ta vprovadzhennia mizhnarodnoho dosvidu z orhanizatsii ekonomichnoi bezpeky pidpriemstv” [The main directions of study and implementation of international experience in the organization of economic security of enterprises]. *Upravlinnia finansovo-ekonomichnoiu bezpekoiu: informatsiino-analitychne zabezpechennia ta konkurentna rozvidka*. 2013. <http://eprints.kname.edu.ua/38606/1/76-79%281%29.pdf>

Nazarov, N. K., and Chzhan, Kh. Yu. “Analiz stanu kadrovoi bezpeky ta loialnosti personalu promyslovykh pidpriemstv” [Analysis of the state of personnel security and loyalty of personnel of industrial enterprises]. *Problemy ekonomiky*, no. 3 (2015): 149-155.

Niemtsov, V. D., and Dovhan, L. Ye. *Stratehichnyi menedzhment* [Strategic management]. Kyiv: ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2001.

Ofitsiinyi sait PAT «Elektromashyna». <http://electromashina.com.ua/>

Ofitsiinyi sait PAT «KhELZ «Ukrelektromash». <http://helz.ua/>

Ofitsiinyi sait PAT «KhTZ im. S. Ordzhonikidze». <http://xtz.ua/ua/>

“Zvitnist DP «Zavod «Elektrovazhmash»” [Reporting SE "Plant" Electrovezhmash"]. <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=588af3f6-e701-45c2-a588-82934cc4edeb&title=DerzhavnePidprimstvoZavod-elektrovazhmash->